

Inhaltsverzeichnis

Teil I Veränderungen im Kaufverhalten

1	Auswirkungen der Coronapandemie auf das Cross-Border-E-Commerce-Kaufverhalten der Verbraucherinnen und Verbraucher	3
	Anne Fota und Hanna Schramm-Klein	
2	Chancen zur Wiederbelebung des innerstädtischen Handels in deutschen Klein- und Mittelzentren	23
	Roland Mattmüller, Julia Elspaß und Julia Matheis	
3	Sortimentspolitische Gestaltungsbereiche zur Förderung eines nachhaltigen Konsumverhaltens	49
	Annett Wolf	
4	Potenziale und Herausforderungen von Omni-Channel-Strategien im Möbeleinzelhandel	65
	Florian Braunegger und Elena Giovante	

Teil II Anwendung neuer Technologien

5	„V-Commerce“: Virtuelle Welten im Online-Shopping und wie wir mit ihnen umgehen sollten	93
	Andreas Wagener	
6	Die Akzeptanz von neuen Technologien im stationären Einzelhandel am Beispiel von digitalen Sprachassistenten in der DIY-Branche	111
	Uwe Kehrel und Nina Wörmer	
7	Ganz vorne mit dabei oder bereits hinten dran? – Livestream-Shopping, seine Potenziale und die Situation in Deutschland	133
	Sylvia Knecht und Alexander Bungarten	

8	Nutzung App-basierter Orientierungshilfen im stationären Einzelhandel	151
	Atilla Wohllebe und Lina Johnsen	
Teil III Kundenanforderungen an den stationären Handel		
9	Customer Expectations and Their Fulfilment in the German Food Retail Market Before and During the COVID-19 Pandemic	173
	Hendrik Godbersen, Tim Szabo und Susana Ruiz Fernández	
10	Beraten erlaubt, Berühren verboten – experimentelle Untersuchung des veränderten Konsumierendenverhaltens durch die Coronapandemie	199
	Mandy Nuszbaum und Kristina Kampfer	
11	Qualitative Untersuchung der Bedürfnisse von Generation Z und Golden Agern in Bezug auf das stationäre Einkaufen	221
	Tobias Keil und Dorothea Kissel	
12	Förderung der Customer Experience im stationären Bekleidungseinzelhandel trotz Hygieneauflagen	245
	Julia Naskrent und Simon Dormann	